

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 2008. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Aditya Romadhoni. 2014. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene Di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 7 (2014).
- Agung Wijanarko. 2014. melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 6 (2014).
- Anggraeni, Tia Chisca. 2012. Analisis Elemen-elemen Pembentuk Ekuitas Merek Mie Instan Indomie (Indofood) Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi. *Skripsi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Arianis Chan. 2010. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 6, No. 1: hal. 43-58.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.
- Burhan, Nurgiyantoro. 2004. *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Devonalita Agusli dan Yohanes Sondang Kunto, 2013. Analisis Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 2, p 1-8. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Dewanti, M. 2007. Analisis Brand Equity Bina Nusantara University di Lingkungan SMU Jakarta. *Journal The Winners*. Vol. 8, No. 2
- Durianto. 2007. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Erick Pratama, Retno Budi Lestari, Herry Widagdo. 2014. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Cafe House of Merich*,
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Humdiana 2005. Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek pada Produk Merek Djarum Black. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*. Vol. 12, No. 1.
- Imroatul Khasanah. 2013. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 4, No. 1, pp: 93-102. Universitas Diponegoro Semarang.
- Karatajaya, H. 2010. *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy coursebook*. Jakarta: Esensi Erlangga.
- Komang Suharyani. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha, *urnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, Volume: 5 Nomor: 1 Tahun: 2015.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kotler, P & Keller. 2012. *Marketing Manajement*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, G. C & Leh, F. C. Y. 2011. Dimensions of Customer-Based Brand Equity: A Study on Malaysian Brands. *Journal of Marketing Research and Case Study*.
- Lukman, Marco Dirgahadi. 2014. Bandung. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Universitas Parahyangan*, Bandung.
- Moradi, H & Zarei, A. 2011. The Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Brand Preference-The Moderating Effect of Country of Origin Image. *Australian Journal Image And Apllied Scienses*. Vol. 5, No. 3, pp: 539-549.
- Nabila Winatapradja. 2013. Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Donat J.Co Donuts & Coffee Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, Hal.958-968. Universitas Sam Ratulangi.
- Nigam & Kausik, R. 2011. Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana. *International Journal of Computational and Management*. Vol. 12.

- Nur Ida Iriani. 2011. Pengaruh Dimensi Brand Equity (Ekuitas Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 9, No. 2. Universitas Tribhuwana Tungadewi.
- Philander Varian Massie. 2013. Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian XL Mobile Data Service Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 4, hal.1474-1481. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Rahma Tiara Hakim, Christin Susilowati. 2013. Pengaruh Persepsi Iklan, Kesadaran Merek, Citra Merek terhadap Sikap pada Merek dan Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Pestisida Merek Sidamethrin 50 EC), *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 2, No. 4 Tahun 2013.
- Risna Nofianti. 2014. Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gadget. *Jurnal Economica*. Vol. 10, No. 2. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Santoso, Singgih, Tjiptono, Fandy, 2005. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta : Elex Media Komputindo.
- St. Sudomo. 2013. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent Di Kabupaten Bantul) *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi* Vol. I, No. 2, Februari 2013.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma Bakti. 2016. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kedai Kopi Black Canyon Mall Jamtos, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* Vol 5 No, 1 (2016)
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2006. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. BP Undip, Semarang.
- Yanti, Budiasih. 2014. Dimensi Ekuitas Merek (Brand Equity) dan Keputusan Pembelian Produk Mie Cepat Saji di Kota Depok *Jurnal Liquidity* Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2014, hlm. 77-85

- Yaseen, N., Tahira, M., Gulzar, A & Anwar, A. 2011. Impact of Brand Awareness, Perceived Quality, and Customer Loyalty on Brand Profitability and Purchase Intention: A Reseller's View. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 3, No. 8.
- Yusati, K.S. 2011. Penerapan Varibel Trust In A Brand dan Threat Emotion dalam Mempengaruhi Customer Buying Motive Decision. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 7(1).
- Yusuf Kurniawan 2010, Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Fatigon Hydro di Purwokerto), *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universita Diponegoro, Semarang.
- Zou, Y & Ziang, J. 2011. The Impact of Customer-Based Brand Equity on Revisit Intentions: An Empirical Study on Business and Leisure Traveler at Five Shanghai Budget Hotels. *Research Journal of International Studies*.

